



Β κύκλος εργασιών **Ομάδα Εργασίας ΟΕ Β4**

«Ανάπτυξη Ελληνικού Ψηφιακού Περιεχομένου - Δράσεις για την επιτάχυνσή της»

Συντονιστές: *Ευάγγελος Μπούμπουκας (ΕΚΤ)*
Γιάννης Γιανναράκης (In.gr)

Rapporteurs: *Γιώργος Νεοφώτιστος (Πανεπιστήμιο Κρήτης & ΙΜΛ)*

Αθήνα, Ιούλιος 2002

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εισαγωγή (ρόλος της ομάδας, μέλη)	3
2. Η Ευρωπαϊκή εμπειρία: δράσεις για την ανάπτυξη ψηφιακού περιεχομένου στον ευρωπαϊκό χώρο	6
3. Αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης στο ελληνικό περιβάλλον – Διαπιστώσεις	10
4. Προτάσεις	20
5. Εξειδίκευση Σχεδίου Δράσης (των προτάσεων της ΟΕ Β4)	25

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το παρόν Παραδοτέο συνιστά την τελική Έκθεση των εργασιών της Ομάδας Εργασίας B4 (OE B4) του e-Business Forum, με αντικείμενο «Ανάπτυξη Ελληνικού Ψηφιακού Περιεχομένου – Δράσεις για την Επιτάχυνσή της», που διεξήχθησαν στη διάρκεια του πρώτου εξαμήνου του 2002. Περιλαμβάνει τα αποτελέσματα των εργασιών, τις προτάσεις και ένα ευρύτερο πλαίσιο στόχων για τη διαμόρφωση στρατηγικής στον τομέα της ανάπτυξης ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου.

Η αποτύπωση της τρέχουσας κατάστασης στην Ελλάδα και στον διεθνή χώρο, ο εντοπισμός των βασικών εμποδίων ανάπτυξης, οι προτεινόμενες κινήσεις για την άμβλυνση των εμποδίων, αλλά και οι προτεινόμενες κινήσεις για επιτάχυνση της ανάπτυξης, αποτέλεσαν τις κατευθύνσεις στις οποίες κινήθηκαν οι εργασίες της Ομάδας.

Ο Ρόλος της Ομάδας

Τα αποτελέσματα των εργασιών της OE B4 θα προσδιορίσουν ενέργειες για την διαμόρφωση της ανάπτυξης ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου που θα προσφέρει τόσο στον πολίτη-καταναλωτή (B2C) όσο και στο ευρύτερο χώρο των ψηφιακών αγορών (B2B, G2C, κ.ά.) υψηλού επιπέδου προϊόντα και υπηρεσίες «περιεχομένου» (content) σε σύγχρονα online περιβάλλοντα. Θα εντοπίσουν τα σημεία του πλαισίου ανάπτυξης ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου που θα εγγυηθεί την μακροπρόθεσμη επιτυχία προϊόντων και υπηρεσιών στην ψηφιακή οικονομία, εστιάζοντας στο θέμα της ανάδειξης ψηφιακού περιεχομένου, από πληροφορίες και περιεχόμενο του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, που θα χρησιμοποιηθεί ως πρωτογενές υλικό (resource) για τις ανάγκες των επιχειρήσεων περιεχομένου (content industries) και την δημιουργία καινοτόμων επιχειρηματικών υπηρεσιών και προϊόντων,

Τα πρακτικά των συναντήσεων είναι προσβάσιμα στην ιστοσελίδα του Φόρουμ, στην "περιοχή" της Ομάδας. Για την επικοινωνία των μελών της Ομάδας έχει δημιουργηθεί η ηλεκτρονική διεύθυνση διανομής ταχυδρομείου: membersOE4@lrf.gr μέσω της οποίας αποστέλλονται σχόλια και παρατηρήσεις στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις όλων των μελών.

Η σύνθεση της Ομάδας

Συντονιστές: Ευάγγελος Μπούμπουκας (ΕΚΤ) και Γιάννης Γιανναράκης (In.gr)

Rapporteur: Γιώργος Νεοφώτιστος (Ίδρυμα Μελετών Λαμπράκη και Πανεπιστήμιο Κρήτης)

Μέλη: *Μέλη «πυρήνα»:* Μιχάλης Μείμαρης (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Νεκτάριος Σαρτζετάκης (ΟΤΕΝΕΤ), Πάνος Κουάνης (ΕΡΤ), Ναταλί Σαμακοβλίδη (NMS-BBDO), Ηλίας Χατζάκης (ΕΔΕΤ & Συντονιστική Επιτροπή του e-Business Forum). *«Ηλεκτρονικά» μέλη:* Αθανάσιος Τσαδήρας (Πανεπιστήμιο Μακεδονίας), Σταμάτης Ντάκος (CosmoONE), Ζωή Καρδασιάδου (Κέντρο Διεθνούς και Ευρωπαϊκού Οικονομικού Δικαίου), Βασίλης Φούρκας (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης), Νικόλαος Μπόγρης (Siemens), Γεώργιος Ρηγόπουλος (Εμπορική Τράπεζα), Κωνσταντίνος Μίνος (Ευρωτεχνική), Κώστας Τομαράς (Infoproject), Παναγιώτης Τσουφλίδης (Πανεπιστήμιο Μακεδονίας), Ανέστης Φιλόπουλος (Digitalis), Φώτης Ρουσσόπουλος (Datablue), Ιωάννα Φεργαδιώτου (Athens Technology Center), Στυλιανός Χαριτάκης (Exodus), Αδάμ Δαμιανάκης (Conceptum και Επιτροπή Ψηφιακού Περιεχομένου ΣΕΠΕ), Γιώργος Σορολοπίδης (Εκδόσεις Καστανιώτη), Χρυσάνθη Σωτηροπούλου (Hellas on Line), Σταμάτης Τερζής (Interweb Hellas), Παναγιώτης Πετράκης (Πανεπιστήμιο Αθηνών), Γιώργος Ζαφόλιας (Ναυτεμπορική), Σοφοκλής Σωτηρίου (Ελληνογερμανική Αγωγή), Κώστας Μουρτζανός (Compact), Ανδρέας Παναγόπουλος (InfoMap), Σωκράτης Καμπουρόπουλος (ΕΚΕΒΙ), Χρήστος Βασιλόπουλος (Creative Marketing), και Κατερίνα Παπακωνσταντίνου (ΕΔΕΤ).

2. Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ: ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ

Το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα eContent

Το πρόγραμμα eContent έχει ως στόχο την υποστήριξη της παραγωγής, της χρήσης και της διανομής ευρωπαϊκού ψηφιακού περιεχομένου (ηλεκτρονικού περιεχομένου, e-content) στα παγκόσμια δίκτυα. Ο στόχος θα επιτευχθεί με την υποστήριξη για την ανάπτυξη μιας υγιούς και ανταγωνιστικής βιομηχανίας ψηφιακού περιεχομένου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κατάλληλης για την αξιοποίηση των ευκαιριών που δημιουργούν οι νέες τεχνολογίες. Το πρόγραμμα eContent είναι τμήμα του σχεδίου δράσης eEurope, το οποίο επικυρώθηκε από τα Ευρωπαϊκά Συμβούλια της Λισσαβώνας και της Φέιρα, το πρώτο εξάμηνο του 2000. Συμβάλλει στον τρίτο στόχο του eEurope: «τόνωση της χρήσης του Internet». Το Συμβούλιο της Λισσαβώνας, αφιερωμένο σε θέματα που απορρέουν από την κοινωνία της πληροφορίας, τόνισε το ζωτικό ρόλο του ψηφιακού περιεχομένου καθώς αυτό *«δημιουργεί προστιθέμενη αξία με την αξιοποίηση και τη δικτύωση της ευρωπαϊκής πολιτιστικής πολυμορφίας»*.

Το πρόγραμμα eContent στρέφεται γύρω από την ανάγκη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και των Ευρωπαίων πολιτών να έχουν πρόσβαση σε και να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό περιεχόμενο υψηλής ποιότητας, προσαρμοσμένο στις ανάγκες τους. Πρόκειται για έργο μεγάλης κλίμακας, το οποίο απαιτεί από τις ευρωπαϊκές βιομηχανίες περιεχομένου να είναι σε θέση να ανταγωνίζονται σε παγκόσμιο επίπεδο, τονώνει την οικονομική ανάπτυξη και συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, διασφαλίζοντας παράλληλα την ισορροπημένη κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των πολιτών της ΕΕ. Επιπλέον, το eContent θέτει ως δικό του στόχο να διευκολύνει τη διαδικασία οικονομικής και κοινωνικής ένταξης των υποψήφιων χωρών στην κοινωνία της πληροφορίας της Ευρώπης. Το πρόγραμμα βασίζεται σε τρεις γραμμές δράσης, όπου μπορεί να μεγιστοποιηθεί η προστιθέμενη αξία της ΕΕ:

- ✓ βελτίωση της πρόσβασης και επέκταση της χρήσης όσον αφορά τις πληροφορίες του δημόσιου τομέα,
- ✓ βελτίωση της παραγωγής περιεχομένου σε πολύγλωσσο και πολυπολιτισμικό περιβάλλον,
- ✓ αύξηση της δυναμικότητας της αγοράς ψηφιακού περιεχομένου.

Η εκτέλεση του προγράμματος θα υποστηριχθεί από στοχοθετημένες ενέργειες και συνοδευτικά μέτρα, π.χ. στους τομείς της ενημέρωσης για την αγορά, των προτύπων και της ανάπτυξης προσόντων.

Το πρόγραμμα είναι προσανατολισμένο στην αγορά, στοχεύει στην υποστήριξη της πρόσβασης καθώς και τη χρήση προϊόντων και υπηρεσιών ηλεκτρονικού περιεχομένου υψηλής ποιότητας. Ο δυναμικός χαρακτήρας της αγοράς ηλεκτρονικού περιεχομένου και το ταχύτατα εξελισσόμενο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο συνεπάγονται την εστίαση του προγράμματος σε έργα τα οποία έχουν σχετικά σύντομο χρόνο δημιουργίας αγοράς (στις περισσότερες περιπτώσεις δεν υπερβαίνει τους 24 με 36 μήνες), αναπτύσσοντας λύσεις βασισμένες στη διαθέσιμη τεχνολογία και αποσκοπώντας στον πειραματισμό με νέα επιχειρηματικά μοντέλα και συνεταιρισμούς (συμπράξεις) . Τα ερευνητικά έργα, οι εφαρμογές πολυμέσων εκτός σύνδεσης, τα έργα με αναμενόμενο χρόνο δημιουργίας αγοράς που υπερβαίνει τα τρία έτη δεν εμπίπτουν στο πρόγραμμα eContent.

Τα συναφή με το πρόγραμμα eContent Ευρωπαϊκά προγράμματα είναι τα ακόλουθα:

eEUROPE Το πρόγραμμα eContent αποτελεί τμήμα του σχεδίου δράσης του eEurope, το οποίο επικυρώθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Φέιρα. Η Γραμμή δράσης 3δ του Σχεδίου Δράσης αφορά το «Ευρωπαϊκό ψηφιακό περιεχόμενο για παγκόσμια δίκτυα». Το σχέδιο δράσης προβλέπει την «Έναρξη ενός προγράμματος για την τόνωση της ανάπτυξης και χρήσης ευρωπαϊκού ψηφιακού περιεχομένου στα παγκόσμια δίκτυα και την προώθηση της γλωσσικής πολυμορφίας στην κοινωνία της πληροφορίας, συμπεριλαμβανομένης μιας δράσης για την υποστήριξη της αξιοποίησης των πληροφοριών του δημόσιου τομέα και την καθιέρωση ευρωπαϊκών ψηφιακών συλλογών σημαντικών συνόλων δεδομένων». Η σημασία του ψηφιακού περιεχομένου τονίστηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβώνας το οποίο συμπέρανε ότι: «Οι βιομηχανίες περιεχομένου δημιουργούν προστιθέμενη αξία μέσω της αξιοποίησης και της δικτύωσης της ευρωπαϊκής πολιτιστικής ποικιλομορφίας» και ότι «Τα κράτη μέλη και η Επιτροπή θα πρέπει να εξασφαλίσουν τη διαθεσιμότητα περιεχομένου για δίκτυα υψηλών ταχυτήτων».

5ο Πρόγραμμα-Πλαίσιο για την Έρευνα και την Ανάπτυξη (5th RTD FP)

Το πρόγραμμα "Τεχνολογίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας" (Information Society Technologies, IST) του 5ου Προγράμματος Πλαισίου για την Έρευνα και την τεχνολογική Ανάπτυξη (που από τον επόμενο χρόνο θα διαδεχθεί το 6ο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα και την τεχνολογική Ανάπτυξη) στοχεύει στην οικοδόμηση ενός παγκόσμιου χώρου γνώσης, μέσω και ηλεκτρονικών υπολογιστών, ο οποίος θα είναι καθολικά και ομοιόμορφα προσπελάσιμος από όλους, μέσω διαλειτουργικών, αξιόπιστων και φθηνών προϊόντων και υπηρεσιών. Το πρόγραμμα eContent είναι προσανατολισμένο στην αγορά. Επικεντρώνεται στη χρήση τόσο των υφιστάμενων όσο και των νεοεμφανιζόμενων - αλλά εμπορικά διαθέσιμων - τεχνολογιών για να κλείσει το χάσμα μεταξύ έρευνας και αγοράς. Το πρόγραμμα "Τεχνολογίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας" τονώνει τη διεξαγωγή της έρευνας που απαιτείται για την εξέλιξη της τεχνολογίας, ενώ το πρόγραμμα eContent ασχολείται με την παραγωγή ψηφιακού περιεχομένου του δημόσιου τομέα, καθώς και με την ανάπτυξη και αξιοποίησή του, αλλά και με την προώθηση της γλωσσικής πολυμορφίας στην Κοινωνία της Πληροφορίας. Το πρόγραμμα eContent στηρίζεται στα αποτελέσματα του προγράμματος "Τεχνολογίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας" και των διάδοχων προγραμμάτων

CULTURE 2000

Το πρόγραμμα Culture 2000 προωθεί τον πολιτιστικό διάλογο, τη δημιουργικότητα και την διάδοση του πολιτιστικού περιεχομένου. Αυτό το πρόγραμμα δίνει έμφαση σε μη εμπορικές πτυχές, ενώ το eContent δίνουν έμφαση στις επιχειρήσεις και στην πρόσβαση και χρήση πληροφοριών του δημόσιου τομέα και την προώθηση της γλωσσικής ποικιλομορφίας στην Κοινωνία της Πληροφορίας.

MEDIA PLUS

Το πρόγραμμα MEDIA PLUS ασχολείται με τις συγκεκριμένες ανάγκες του οπτικοακουστικού τομέα (τηλεόραση, κινηματογράφος, ραδιόφωνο, κ.λπ.) της βιομηχανίας περιεχομένου. Το πρόγραμμα eContent συμβάλλει στην καθιέρωση μιας ολοκληρωμένης ευρωπαϊκής πολιτικής ψηφιακού περιεχομένου, η οποία θα συμπληρώνει τα μέτρα που έχουν ληφθεί για τον οπτικοακουστικό τομέα. Τα δύο προγράμματα αφορούν διαφορετικά τμήματα περιεχομένου και προτείνουν δράσεις προσαρμοσμένες στις συγκεκριμένες ανάγκες κάθε τμήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΥΨΗΛΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Οι προτεινόμενες δράσεις στο πεδίο του επενδυτικού κεφαλαίου στο πλαίσιο του προγράμματος eContent είναι συμπληρωματικές προς τις υπάρχουσες πρωτοβουλίες του ΕΤΕ ή της Επιτροπής. Στόχος δεν είναι η δημιουργία νέων χρηματοοικονομικών πόρων, αλλά η εξασφάλιση ότι οι ΜΜΕ στις βιομηχανίες περιεχομένου θα έχουν ευκολότερη πρόσβαση και θα αξιοποιούν καλύτερα τις υπάρχουσες χρηματοοικονομικές δυνατότητες. Για παράδειγμα, θεωρητικά η χρηματοδότηση του ΕΤΕ είναι ανοικτή για τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ στον τομέα του ψηφιακού περιεχομένου, αλλά πρακτικά αυτός ο δυναμικός τομέας δεν εξυπηρετείται καλά προς το παρόν. Η σύνδεση των εθνικών δικτύων επενδυτών και των ενδιαφερόμενων ΜΜΕ με συγκεκριμένες νεοσύστατες εταιρείες σε ευρωπαϊκή κλίμακα θα παράσχει προστιθέμενη αξία σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΜΜΕ

Η καινοτομία αποτελεί παράγοντα-κλειδί για τη βιομηχανική ανταγωνιστικότητα, την αειφόρο οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Οι μικρού και μεσαίου μεγέθους εταιρείες (ΜΜΕ) είναι σημαντικοί φορείς καινοτομιών. Το πρόγραμμα eContent ασχολείται με τις βιομηχανίες ψηφιακού περιεχομένου και γλωσσών, οι οποίες αποτελούνται κυρίως, εκτός από έναν περιορισμένο αριθμό διεθνών και παγκόσμιων φορέων, από ΜΜΕ και νεοεμφανιζόμενες εταιρείες που έχουν σχέση με το Internet. Το πρόγραμμα eContent στοχεύει στην τόνωση αυτών των εταιρειών και των πελατών τους. Εν συντομία, το πρόγραμμα καινοτομίας και ΜΜΕ και το πρόγραμμα eContent είναι συμπληρωματικά όσον αφορά τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ για τη νέα οικονομία.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Η επιχειρηματική πολιτική αφορά ολόκληρο το επαγγελματικό περιβάλλον, ώστε να επιτρέψει στις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, νομικής μορφής, τομέα ή θέσης, να μεγαλώσουν και να αναπτυχθούν με τρόπο συμβατό με το συνολικό στόχο αειφόρου ανάπτυξης της ΕΕ. Στην Επιχειρηματική Ευρώπη, όλοι όσοι έχουν μια εμπορικά εφικτή ιδέα θα πρέπει να είναι σε θέση να την υλοποιήσουν στις καλύτερες επιχειρηματικές συνθήκες, με πρόσβαση στην καλύτερη έρευνα και τεχνολογία, και στη συνέχεια να την παραδώσουν με τα καλύτερα δυνατά μέσα, στην κατάλληλη αγορά. Το πρόγραμμα eContent και οι βιομηχανίες ψηφιακού περιεχομένου και γλωσσών που συμμετέχουν σε αυτό θα καθοδηγήσουν το e-Commerce.

IDA

Η Ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ των δημοσίων διοικήσεων (IDA) είναι ένα πρόγραμμα το οποίο υποστηρίζει την υλοποίηση Κοινοτικών Πολιτικών μέσω της χρήσης των Διευρωπαϊκών δικτύων τηλεματικής. Βασίζεται σε έργα κοινού ενδιαφέροντος διαφόρων τομέων, όπως η υγεία, η κοινωνική πολιτική, η γεωργία, η αλιεία, η εσωτερική αγορά και η προστασία των καταναλωτών. Το πρόγραμμα eContent είναι προσανατολισμένο προς τις γλώσσες και το περιεχόμενο, και στοχεύει κυρίως προς τις εταιρείες του ιδιωτικού τομέα ή στην τόνωση ιδιωτικών-δημόσιων συνεργασιών, με σκοπό την εμπορική αξιοποίηση του ανεκμετάλλετου δυναμικού των πληροφοριών του δημόσιου τομέα.

3. ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ - ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Στο πλαίσιο της διαδικασίας διαβούλευσης με σκοπό τον προσδιορισμό δράσεων για την «ανάπτυξη ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου», η Ομάδα Εργασίας προχώρησε στη διεξαγωγή έρευνας σε επιχειρήσεις και οργανισμούς που σχετίζονται με την παραγωγή και διανομή ψηφιακού περιεχομένου για την καταγραφή α) των θεωρουμένων ως προβλημάτων, και β) προτεινόμενων ενεργειών για την ανάπτυξη ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου, με την συμπλήρωση δομημένου ερωτηματολογίου από τον/την Διευθυντή/Διευθύντρια ή τον/την υπεύθυνο Ψηφιακού Περιεχομένου της εταιρίας ή του οργανισμού.

Οι επιχειρήσεις Conceptum, Finatec, Infoproject, DistanceLearning, Eurisco, Exodus, Inte*Learn, CosmoONE, Flash Multimedia, t-Short, και ΕΣΠΙΙ Εκδοτική, ανταποκρίθηκαν στην έρευνα αυτή καταθέτοντας τις γραπτές προτάσεις τους (συμπληρώνοντας το σχετικό ερωτηματολόγιο).

Επιπλέον, εννέα εκπρόσωποι φορέων, του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα, κατέθεσαν την εμπειρία και τις προτάσεις τους στο πλαίσιο των συναντήσεων της Ομάδας Εργασίας (ως επισκέπτες-ομιλητές). Επιπρόσθετα, τα τριαντατέσσερα μέλη της ΟΕ Β4 εξέφρασαν τις παρατηρήσεις και τις προτάσεις τους κατά τη διάρκεια των εργασιών της Ομάδας. Το πλαίσιο της ανταλλαγής απόψεων προσδιορίστηκε από τις ακόλουθες κύριες ερωτήσεις:

1. Ποια θεωρείτε ως βασικά εμπόδια ανάπτυξης (όπως: κόστος ανάπτυξης, κόστος προβολής, προβλήματα χρηματοδότησης, IPR, δυσκολία πρόσβασης σε «δημόσιο» περιεχόμενο, έλλειψη ζήτησης και γενικότερα αγορών, «εσωστρέφεια» των εταιριών/επιχειρηματιών, ανυπαρξία υποστηρικτικών υπηρεσιών, έλλειψη απαιτούμενων δεξιοτήτων στους εργαζομένους, θέματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, , pricing, διεθνής ανταγωνισμός, έλλειψη χρηματο-οικονομικών προϊόντων για την ανάπτυξη, έλλειψη τυποποίησης, πιστοποίησης, γλώσσας);

2. Ποιες υποστηρικτικές υπηρεσίες θεωρείτε σημαντικές (best practice cases, financing, business planning, incubation, marketing & promotion τόσο στο ελληνικό όσο και στο διεθνές περιβάλλον [εξαγωγές]) και θα πρέπει να αναπτυχθούν;
3. Ποιες θεματικές περιοχές θεωρείτε πως προσιδιάζουν στην ανάπτυξη ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου; Ποιους θεωρείτε ως καθοριστικούς παραγόντες (ανά θεματική περιοχή) για τη διασφάλιση επιτυχίας τόσο σε βραχυπρόθεσμο όσο και σε μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα;
4. Ποιες ενέργειες θα προτείνατε για την άμβλυση των εμποδίων και την επιτάχυνση της ανάπτυξης;
5. Τι θεωρείτε πως θα πρέπει να προσεχθεί στις διαφαινόμενες τεχνολογικές εξελίξεις (π.χ., broadband, m-services, media convergence, e-/m-payment systems);

Οι τοποθετήσεις των επισκεπτών-ομιλητών εστίασαν στα ακόλουθα κύρια εμπόδια και στη διατύπωση των ακόλουθων κύριων προτάσεων για την ανάπτυξη ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου:

- 1) Υπάρχουν σημαντικά προβλήματα στον τρόπο διαχείρισης των δικαιωμάτων του περιεχομένου του δημοσίου τομέα (π.χ., γραφειοκρατική διαδικασία, μη-ρεαλιστική τιμολόγηση, αρνητική αντιμετώπιση των ιδιωτικών εταιριών και της γενικότερης εμπορικής αξιοποίησης του δημόσιου περιεχομένου). Ανάγκη να ορισθεί το πλαίσιο πρόσβασης στο υλικό που διαχειρίζεται το ευρύτερο Δημόσιο και η εφαρμογή ενιαίων κανόνων, που θα ακολουθούνται από τους δημόσιους φορείς.
- 2) Ανάγκη για αποσαφήνιση του νόμου για τα πνευματικά δικαιώματα και προσδιορισμό αποτελεσματικής τιμολογιακής πολιτικής. Παραδείγματα μπορούν να αντληθούν από άλλα πεδία όπως αυτό του έντυπου περιεχομένου (που τιμολογείται ως % των μέσων και όχι του αριθμού των φωτοαντιγράφων). Προτείνεται η τιμολόγηση όχι ως ποσοστό απόκτησης αλλά χρήσης. Πρόβλημα ο υπολογισμός ΦΠΑ για το e-book με 18%, ενώ για το βιβλίο ο ΦΠΑ υπολογίζεται με 4%. Πρόβλημα υπάρχει με την αδυναμία κοστολόγησης των CD-ROM (που οδηγεί το Υπ. Παιδείας να μην μπορεί να δεχθεί το κόστος είτε των ηλεκτρονικών βιβλίων είτε των CD-ROMs ως φοιτητικών εγχειριδίων).

- 3) Έλλειψη εφαρμογής ενιαίων τεχνολογικών κανόνων (standards) για την ψηφιοποίηση και τυποποίηση του περιεχομένου των αρχείων.
- 4) Ανάγκη να ενισχυθεί η χρηματοδότηση της δημιουργίας «εσωτερικών» ομάδων για την ψηφιοποίηση περιεχομένου σε φορείς όπως τα μουσεία, για την αποτελεσματικότερη «κατανόηση» του αντικειμένου και την αλληλεπίδραση με τους λοιπούς φορείς που θα εγγυηθούν την τεχνολογική και εμπορική αξιοποίηση του περιεχομένου.
- 5) Ανάγκη να τονιστεί η σημασία και να προσεχθεί το θέμα της κατοχύρωσης των δικαιωμάτων (αναφέρθηκε η περίπτωση της κατοχύρωσης των δικαιωμάτων των Ολυμπιακών Αγώνων από ισραηλινή εταιρία)
- 6) Θα πρέπει να αντιμετωπισθεί το πρόβλημα της έλλειψης της ζήτησης για «ψηφιακό περιεχόμενο» στην ελληνική αγορά
- 7) Θα πρέπει να επιδοτηθεί η μετάφραση-μεταγλώττιση του περιεχομένου και να αντιμετωπισθεί η «εσωστρέφεια» των ελληνικών εταιριών.
- 8) Θα πρέπει να επιδοτηθεί ο «μετασχηματισμός» του περιεχομένου στις διάφορες τεχνολογικές πλατφόρμες και οι δαπάνες διαχείρισης περιεχομένου (content management).
- 9) Θα πρέπει να επιδοτηθεί η σύνδεση των εταιριών με τα Δίκτυα Διανομής του εξωτερικού και να δημιουργηθούν κίνητρα για επιτυχείς εξαγωγικές δραστηριότητες. [Παρατηρείται το φαινόμενο των ελληνικών εταιριών να συμμετέχουν στις εκθέσεις για να «αγοράζουν» και όχι για να «πουλάνε»].

Οι ομιλητές επεσήμαναν επίσης πως:

- 1) Το μέγεθος της ελληνικής αγοράς παραμένει μικρό και δημιουργεί την ανάγκη υποστήριξης/συνεργιών των διαδικτυακών εταιριών από «συμβατικές» εταιρίες.
- 2) Υπάρχει περιθώριο ανάπτυξης στην αγγλική γλώσσα (με χρηματοδότηση κόστους μετάφρασης και κόστους προώθησης σε δίκτυα του εξωτερικού) και στις χώρες της Ν.Α. Ευρώπης.

Στο πλαίσιο της διαδικασίας διαβούλευσης με γραπτές προτάσεις, καταγράφηκαν οι ακόλουθες απαντήσεις στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου:

Ερώτηση 1: Ποιες θεματικές περιοχές προσιδιάζουν στην ανάπτυξη ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου. Ποιοι θεωρούνται ως καθοριστικούς παράγοντες για τη διασφάλιση επιτυχίας;

Περιοχές:

Εκπαίδευση και κατάρτιση, πολιτισμός, αθλητισμός, τουρισμός, υγεία, κατασκευές, ναυτιλία, οικονομία, ιστορία, νομικά, οδηγόι πολίτη, επικοινωνία φορέων με το κοινό, 2004, χρήσιμες πληροφορίες, business, πληροφορίες για ανθρώπους εν κινήσει.

Καθοριστικοί παράγοντες επιτυχίας:

Προώθηση στις διεθνείς αγορές, εμπέδωση ανάγκης και χρήσης από τον μέσο έλληνα καταναλωτή, σωστή επιλογή θεματολογίας, πολύγλωσση παραγωγή, υψηλή ποιότητα παραγωγής και ανταγωνιστική ποιότητα ως προς τις διεθνείς παραγωγές, εξασφάλιση δικτύου διανομής, καλοσχεδιασμένο marketing, εξασφάλιση επαρκούς χρηματοδότησης για παραγωγή και προώθηση, ικανό μέγεθος κοινοπραξιών, αξιοποίηση ιδιαίτερων πολιτιστικών χαρακτηριστικών, επίλυση καθεστώτος πνευματικών δικαιωμάτων και δικαιωμάτων χρήσης, προσανατολισμός στις ανάγκες της αγοράς (ενδιαφέρον περιεχόμενο), σωστή χρήση της νέας τεχνολογίας, πλούσιο πολυμεσικό υλικό, χρηστικότητα, παροχή πληροφοριών στην κατάλληλη μορφή για κάθε τρόπο ενημέρωσης, (web, wap, sms, voice, κ.ά.), δημόσια χρηματοδότηση, εκπαίδευση στελεχών, καθιέρωση και χρήση κοινών προτύπων και κοινής κωδικοποίησης, ISO.

Ερώτηση 2: Ποιες ενέργειες προτείνονται για την άμβλυση των εμποδίων, την βιωσιμότητα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και την επιτάχυνση της ανάπτυξης;

- Μείωση κόστους δικαιωμάτων χρήσης δημοσίου περιεχομένου, απλούστευση διαδικασιών απόκτησης δικαιωμάτων χρήσης δημοσίου περιεχομένου.
- Χρηματοδότηση εξαγωγικών ενεργειών, προβολή στο ελληνικό κοινό [εισαγωγή ελληνικού περιεχομένου στα σχολεία, στα μουσεία και στις βιβλιοθήκες, γνωστοποίηση ελληνικής προσπάθειας στο ευρύ κοινό], χρηματοδότηση για συμμετοχή εκπροσώπων σε διεθνείς επιτροπές για τον καθορισμό προτύπων.

- Δημιουργία συμβουλευτικής υπηρεσίας Help-Desk εξασφάλισης και προστασίας δικαιωμάτων χρήσης, επιχειρηματικής ενημέρωσης, κ.ά.
- Βελτίωση υποδομών Διαδικτύου για τους home-users (π.χ. ταχύτερη πρόσβαση). Μείωση τηλεπικοινωνιακών δαπανών.
- Υποστηρικτικές υπηρεσίες «θερμοκοιτίδας» (Incubation) για εταιρίες ψηφιακού περιεχομένου.
- Δημιουργία βάσεων δεδομένων με έγκυρες νομικές, φορολογικές, οικονομικές πληροφορίες.
- Άμβλυση φορολογικών αντιφάσεων (π.χ. ύπαρξη ΦΠΑ για e-learning αλλά όχι για «συμβατικά» εκπαιδευτικά προϊόντα και υπηρεσίες). Μείωση του ΦΠΑ στο 4% (όπως στα βιβλία) για την εμπορία ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου.
- Δημιουργία φορέα για την προώθηση ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου στις διεθνείς αγορές καθώς και για την επίλυση προβλημάτων κόστους/προώθησης/διανομής ελληνικών προϊόντων στην Ελληνική και στις ελληνόφωνες αγορές.

Ερώτηση 3: Ποια θεωρούνται ως τα σημαντικότερα εμπόδια για την δραστηριοποίησή των ελληνικών επιχειρήσεων ψηφιακού περιεχομένου εξαγωγικά;

- Υψηλές δαπάνες marketing, προβολής, πρόσβασης στα διεθνή κανάλια εμπορίας (όπως, συμφωνία με μεγάλο διανομέα εξωτερικού, εύρεση εταιρών για προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών), ελλιπής γνώση της αγοράς-στόχου, δύσκολη αποδοχή από ξένους αντιπροσώπους, έντονος διεθνής ανταγωνισμός.
- Υψηλό κόστος παραγωγής για δημιουργία ανταγωνιστικών προϊόντων, κόστος μετάφρασης, κόστος παραγωγής ξενόγλωσσης έκδοσης για τις ανάγκες προώθησης εμπορικών συμφωνιών.

- Δυσκολία εφαρμογής βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου ανάπτυξης στο Διαδίκτυο.
- Ανεπαρκής υποδομή (ταχύτητα, κόστος) του Διαδικτύου στην Ελλάδα.
- Έλλειψη παιδείας στα στελέχη επιχειρήσεων για τις απαιτήσεις τις σχετικές με τα θέματα περιεχομένου, αδυναμία συνεργασίας ελληνικών επιχειρήσεων.
- Έλλειψη κοινών προτύπων και κοινής κωδικοποίησης.

Ερώτηση 4: Τι θα πρέπει να προσεχθεί στις διαφαινόμενες τεχνολογικές εξελίξεις;

- Broadband technologies
- e-payment systems
- Logistics
- Impact on internal business processes
- XML & UML
- Σύγκλιση τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής, σύγκλιση PC (Internet)/m-phone/iDTV που δημιουργεί την ανάγκη κωδικοποίησης της παραγωγής ψηφιακού περιεχομένου αξιοποιήσιμοι σε όλες τις δυνατές ψηφιακές πλατφόρμες μετάδοσης και παρουσίασης των ψηφιακών δεδομένων.
- Εξελίξεις στα πολυμέσα, στην τεχνολογία συμπίεσης εικόνων και ήχων, στην m-τεχνολογία.

Ερώτηση 5: Ποιες θα πρέπει να θεωρηθούν ως επιλέξιμες δαπάνες;

- Δαπάνες ανάπτυξης ψηφιακού περιεχομένου και marketing/προώθησης, αμοιβές προσωπικού, δαπάνες υπερβολάβων.
- Δαπάνες εξοπλισμού (hardware, software, δικτυακή υποδομή).
- Δαπάνες υπηρεσιών υποστήριξης (οικονομικοί, νομικοί σύμβουλοι).
- Δαπάνες απόκτησης δικαιωμάτων χρήσης και δαπάνες αγοράς δικαιωμάτων για ελληνοποίηση ξένων τίτλων.
- Δαπάνες διανομής.

Επισημάνθηκε επίσης η ανάγκη για:

- Εκσυγχρονισμό νομοθεσίας και ρυθμίσεων για την αξιοποίηση δημόσιου ψηφιακού περιεχομένου (π.χ. επιλεξιμότητα της ηλεκτρονικής μάθησης [e-learning] στα πλαίσια του ΛΑΕΔ [0,45% των εργοδοτικών εισφορών]).
- Προσδιορισμό αντιπροσωπευτικών δεικτών μέτρησης της ψηφιακής οικονομίας και της χρήσης «νέας» τεχνολογίας.
- Υιοθέτηση του παραδείγματος της Πορτογαλίας στην Ανακήρυξη «Έτους Ψηφιακού Περιεχομένου και Διαδραστικών Υπηρεσιών».

Η καταγραφή των βασικών εμποδίων και των προτεινόμενων ενεργειών απετέλεσε για την ΟΕ B4 την βάση για τη σύνταξη των προτάσεων της που έχουν στόχο την υποστήριξη της παραγωγής, της χρήσης και της εμπορικής και επιχειρηματικής αξιοποίησης του ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου, στο πλαίσιο της προώθησης του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business) στο ελληνικό περιβάλλον, στα Ευρωπαϊκά (συμπεριλαμβανομένων των χωρών της Νοτιο-Ανατολικής Ευρώπης) και στα παγκόσμια δίκτυα. Η επίτευξη του στόχου θα υποστηριχθεί, στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος για την Κοινωνία της Πληροφορίας του ΥΠΑΝ (Παρέμβαση 3: Προώθηση Δράσεων για τη Ψηφιακή Οικονομία, Σχέδιο Δράσης: Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη Περιεχομένου), με δράσεις για την ανάπτυξη υγιούς και ανταγωνιστικής ελληνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας στο χώρο του ψηφιακού περιεχομένου, κατάλληλης για την αξιοποίηση των ευκαιριών που δημιουργούν οι νέες τεχνολογίες.

Οι βασικές κατευθύνσεις των προτάσεων της ΟΕ B4 περιγράφονται στο επόμενο κεφάλαιο, ενώ η εξειδίκευση των προτάσεων σε **Σχέδιο Δράσης** περιγράφεται στο τελευταίο κεφάλαιο του Παραδοτέου. Οι προτάσεις ακολουθούν σε μεγάλο βαθμό τις κατευθύνσεις του Ευρωπαϊκού Προγράμματος eContent, που αποτελεί τμήμα του σχεδίου δράσης eEurope, λαμβάνοντας όμως υπ' όψη τα χαρακτηριστικά του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος που αναδείχθηκαν στο πλαίσιο της διαβούλευσης με τους φορείς.

Η ΟΕ B4 έλαβε επίσης υπ' όψη της το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο στο ελληνικό περιβάλλον -που αποτελεί προϋπόθεση για την καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης στην αγορά (market)- και στις

προτάσεις της περιλαμβάνει ενέργειες που θα ενισχύσουν την καλλιέργεια των σχέσεων εμπιστοσύνης στις οποίες θα στηριχθεί η ανάπτυξη (παραγωγή και χρήση) του ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου στο περιβάλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου (επιχειρείν).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μορφή εμπορίου και συνεπώς βρίσκουν σε αυτό εφαρμογή όλες οι κοινοτικές οδηγίες (κοινοτικό δίκαιο) και οι εθνικές διατάξεις για την προστασία του καταναλωτή που αφορούν το εμπόριο γενικότερα. Για παράδειγμα, ο Νόμος 2251/94 για την «Προστασία των καταναλωτών» περιέχει διατάξεις για τις συμβάσεις από απόσταση (Άρθρο 4) που εφαρμόζονται και στην περίπτωση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οποιαδήποτε αγορά μέσω του Διαδικτύου εμπίπτει στις διατάξεις του νόμου αυτού. Ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να επιστρέψει το προϊόν (στην κατάσταση που το παρέλαβε) ή την υπηρεσία που αγόρασε ακόμα και, στις περισσότερες περιπτώσεις, χωρίς να δώσει εξήγηση, μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες, για τα αγαθά, από την ημερομηνία παραλαβής τους (χωρίς να ανοίξει τη συσκευασία του και σύμφωνα με τις ειδικές ρυθμίσεις που ισχύουν για συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων), και, για τις υπηρεσίες, από την ημερομηνία παραλαβής των εγγράφων που ενημερώνουν ότι έχει συναφθεί η σύμβαση αγοραπωλησίας. Βέβαια, το δικαίωμα αυτό (δικαίωμα υπαναχώρησης) ισχύει μόνον εφόσον αγοράζει από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) ή τις χώρες του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ).

Ως προς τα προσωπικά δεδομένα, υπάρχει ένα πλαίσιο δεσμευτικών κανόνων που συγκροτείται από τον Ν. 2472/97 (για την προστασία ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα) και τον Ν. 2774/99 (για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τηλεπικοινωνιακό τομέα). Οι Νόμοι αυτοί είναι προσβάσιμοι στην ηλεκτρονική διεύθυνση της Αρχής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (<http://www.dpa.gr>).

Η αντιμετώπιση των ζητημάτων που προκύπτουν από την παράνομη χρήση του Διαδικτύου γίνεται σήμερα με εφαρμογή των νομικών διατάξεων που καλύπτουν τις παραδοσιακές συναλλαγές, ενώ γίνεται χρήση και των ειδικών νόμων για τις τηλεπικοινωνίες (Ν. 2246/1994).

Επιπλέον, έχει εκδοθεί πρόσφατα το Προεδρικό Διάταγμα 150/2001 (ΦΕΚ Α 125) για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, ενώ βρίσκεται σε τελικό στάδιο το Προεδρικό Διάταγμα για το ηλεκτρονικό εμπόριο με έμφαση στην εξώδικη επίλυση διαφορών, τη συνεργασία των κρατών-μελών για την επίλυση των προβλημάτων των καταναλωτών, τη θέσπιση κανόνων δεοντολογίας

με υποχρεωτική ισχύ για τους αποδέκτες τους, την ευθύνη των ενδιαμέσων, τη σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων, τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται πριν τη σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων, τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στις εμπορικές επικοινωνίες (διαφημιστικά, χορηγίες, προσφορές, κ.λπ.), τον τόπο εγκατάστασης των φορέων παροχής υπηρεσιών. Με το συγκεκριμένο αυτό νομικό πλαίσιο θα μπορούν οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές να αξιοποιούν με τον καλύτερο τρόπο τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο καταναλωτής θα μπορεί να απευθυνθεί στο δικαστήριο του τόπου κατοικίας του στην περίπτωση διαφοράς που προέκυψε με αλλοδαπό έμπορο ή εταιρία. (άρθρο 15c του κανονισμού που αναθεώρησε την Σύμβαση των Βρυξελλών¹ για την δωσιδικία, ΕΕΚ L 012, 16/01/2001, που πρόκειται να ισχύσει στο προσεχές διάστημα). Το δε Δίκαιο που θα εφαρμοστεί από το δικαστήριο καθορίζεται από τη Σύμβαση της Ρώμης² (ΕΕΚ C 1997) και στις περισσότερες περιπτώσεις είναι το Δίκαιο της χώρας του καταναλωτή, καθώς επίσης και οι Οδηγίες για την προστασία του καταναλωτή και οι αναγκαστικού δικαίου διατάξεις που εφαρμόζονται υποχρεωτικά σύμφωνα με το ελληνικό δίκαιο. Πολύ σύντομα οι περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα διαθέτουν την δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών (διαδικασία διαμεσολάβησης) που προκύπτουν από ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές σε εθνικό και διασυνοριακό επίπεδο. Το σύστημα αυτό (EEJ-NET) θα έχει ως αποτέλεσμα την αποφυγή των δικαστικών εξόδων και την ταχύτερη επίλυση των διαφορών.

Η συστηματική μέτρηση της ψηφιακής οικονομίας αποτελεί, ταυτόχρονα, μια όχι εύκολη προσπάθεια και μια σημαντική προϋπόθεση για τον καθορισμό αποτελεσματικών πολιτικών στο χώρο του ηλεκτρονικού επιχειρείν (που θα υποστηρίζονται με την, π.χ., με την εφαρμογή

¹ **Η Σύμβαση των Βρυξελλών (1968)** αφορά τη διεθνή δικαιοδοσία και την εκτέλεση των αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις. Ουσιαστικά η Σύμβαση των Βρυξελλών προσδιορίζει το δικαστήριο στο οποίο θα εκδικασθεί μια αστική και εμπορική υπόθεση (http://europa.eu.int/eur-lex/el/lif/dat/1998/el_498Y0126_01.html).

² **Η Σύμβαση της Ρώμης (1980)** αφορά το εφαρμοστέο δίκαιο στις συμβατικές ενοχές (http://europa.eu.int/eur-lex/el/lif/dat/1998/el_498Y0126_03.html). Στην περίπτωση της Σύμβασης της Ρώμης, προσδιορίζεται το δίκαιο της χώρας βάσει του οποίου θα εκδικασθεί μια υπόθεση που αφορά συμβατική ενοχή (δηλ. κάθε σύμβαση που υπογράφουν δυο αντισυμβαλλόμενοι).

συστήματος δεικτών (indicators) για τη μέτρηση της ψηφιακής οικονομίας, την καταγραφή των εξελίξεων και των παρεμβάσεων).

Η διείσδυση των τεχνολογικών υποδομών σε ποσοστό, τουλάχιστον, του 15% θεωρείται πως αποτελεί αναγκαία συνθήκη για την αποτελεσματική εφαρμογή μεθοδολογιών μέτρησης της χρήσης υποδομών και ηλεκτρονικού συναλλαγών, αντιπροσωπευτικής του πληθυσμού. Με την αύξηση του μεγέθους του ηλεκτρονικού επιχειρείν, η συστηματική παρακολούθηση των παραβάσεων ασφαλείας, των παραπόνων των καταναλωτών, των παραβιάσεων που σχετίζονται με τα προσωπικά δεδομένα, κ.ά., θα καθίσταται επιτακτική, όπως επίσης και η εκπόνηση στατιστικών μελετών για, π.χ., την συσχέτιση της χρήσης των πιστωτικών καρτών και της χρήσης του Διαδικτύου (για την καλύτερη αποτύπωση των προβλημάτων ασφαλείας συναλλαγών που γίνονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο).

Ο επακριβής καθορισμός της έννοιας των «σοβαρών όρων» συγκατάθεσης (από τον πολίτη-καταναλωτή) για την επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων, και ο καθορισμός του minimum περιεχομένου για τα privacy statements των ηλεκτρονικών καταστημάτων, αποτελούν σημαντικά θέματα για την βελτίωση των σχέσεων εμπιστοσύνης.

Οι διαπιστώσεις της ΟΕ Β4 ως προς τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν κατά το προσεχές χρονικό διάστημα διατυπώνονται ως **προτάσεις** και παρουσιάζονται στο κεφάλαιο που ακολουθεί (Κεφάλαιο 4). Επιπροσθέτως, η ΟΕ Β4 συνέταξε ένα ευρύτερο πλαίσιο στόχων για τη διαμόρφωση στρατηγικής στον τομέα της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού επιχειρείν στη χώρα, που οροθετείται στις *προτάσεις προς την Πολιτεία* που επίσης παρουσιάζονται στο κεφάλαιο που ακολουθεί.

4. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι ενέργειες που προτείνονται για άμεση υλοποίηση παρουσιάζονται στον Πίνακα που ακολουθεί:

	Προτάσεις της ΟΕ Β4
Ενίσχυση της δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου	
Βελτίωση της πρόσβασης και επέκταση της χρήσης όσον αφορά το περιεχόμενο του δημόσιου τομέα καθώς και του ιδιωτικού τομέα	Υλοποίηση έργων που αναδεικνύουν (και επιδεικνύουν) τη χρήση του περιεχομένου του δημόσιου ή του ιδιωτικού τομέα για την ανάπτυξη ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών.
Ενίσχυση της παραγωγής περιεχομένου σε πολύγλωσσο περιβάλλον	Υλοποίηση έργων που καλλιεργούν νέες συνεργασίες, προωθούν το ηλεκτρονικό επιχειρείν και υιοθετούν στρατηγικές σε πολύγλωσσο περιβάλλον
Οριζόντιες δράσεις για την ανάπτυξη της αγοράς (market) ψηφιακού περιεχομένου	
Συνεργασία φορέων	Βελτίωση της συνεργασίας των επιχειρήσεων ψηφιακού περιεχομένου με τους δημόσιους οργανισμούς – κατόχους περιεχομένου Σύσταση Ομάδας Εμπειρογνομόνων (υψηλού επιπέδου) ως μόνιμος μηχανισμός διαβούλευσης για τον συντονισμό ενεργειών και την προώθηση των θεμάτων του χώρου Σύσταση και λειτουργία Digital Content Register Office και «e-Rights» portal

	<p>Βελτίωση των διαδικασιών διαχείρισης δικαιωμάτων (pricing, IPR management, rights trading)</p> <p>Εναρμόνιση κανονιστικού πλαισίου, σε συνεργασία με Ευρωπαϊκούς φορείς και σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Κοινοτικό Δίκαιο, για τη σχέση ιδιωτικού – δημόσιου τομέα στο πλαίσιο της εκτέλεσης των έργων ανάπτυξης ψηφιακού περιεχομένου</p>
<p>Ενίσχυση των μηχανισμών παρακολούθησης και ανάλυσης της «ψηφιακής οικονομίας» (Παρατηρητήριο)</p>	<p>Καταγραφή των φορέων – κατόχων ψηφιακού περιεχομένου</p> <p>Καταγραφή των φορέων/μηχανισμών παρακολούθησης και καταγραφής της «ψηφιακής οικονομίας»</p> <p>Καθορισμός συστήματος δεικτών (indicators) για την μέτρηση της «ψηφιακής οικονομίας», καταγραφή των εξελίξεων και των παρεμβάσεων.</p> <p>Λεπτομερής αποτύπωση της τρέχουσας πραγματικότητας.</p> <p>Μελέτη των στατιστικών στοιχείων για παραβάσεις ασφαλείας συναλλαγών και ασφαλείας Διαδικτύου</p>
<p>Λειτουργία Γραφείου Ενημέρωσης</p>	<p>Σύσταση και λειτουργία Γραφείου Ενημέρωσης των επιχειρήσεων στα θέματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν</p> <p>Ανάπτυξη υπηρεσιών για την ελαχιστοποίηση του νομικού κινδύνου για τις συναλλαγές (π.χ. τι επιτρέπεται να συναλλαχθεί και τι όχι)</p> <p>Λεπτομερής αναφορά στο νομικό πλαίσιο λειτουργίας των επιχειρήσεων της ψηφιακής οικονομίας</p>
<p>Καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης στην αγορά</p>	
<p>Ενημέρωση και κατάρτιση του Πολίτη – Καταναλωτή</p>	<p>Ανανέωση (με την ενσωμάτωση νέων θεσμικών και τεχνολογικών εξελίξεων) του «Δεκαλόγου του Πολίτη-Καταναλωτή στη Ψηφιακή Οικονομία»</p> <p>Σύνταξη «Δεκάλογου για την προστασία ειδικών ομάδων πολιτών στο ηλεκτρονικό εμπόριο»</p>
<p>Προστασία ιδιωτικότητας: Προσωπικά δεδομένα και «ψηφιακά ίχνη»</p>	<p>Καθορισμός της έννοιας των «σοβαρών όρων» συγκατάθεσης (από τον Πολίτη-Καταναλωτή) για την επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων</p> <p>Καθορισμός του minimum περιεχομένου για τα Privacy Statements των ηλεκτρονικών καταστημάτων</p>

Προστασία από την απάτη στην ψηφιακή οικονομία	Κατάρτιση Κώδικα Δεοντολογίας Μέτρα αποφυγής της ψηφιακής απάτης
Εξωδικαστική επίλυση διαφορών	Λεπτομερής αναφορά στο θεσμικό πλαίσιο. Διερεύνηση των δυνατοτήτων του EEJNET (Ευρωπαϊκό Δίκτυο υπηρεσιών εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών σε άλλες χώρες)
Δημοσιότητα	
Ενίσχυση της προβολής των προαναφερθεισών δράσεων	Ευαισθητοποίηση των μέσων μαζικής ενημέρωσης (τύπος, Διαδίκτυο, ραδιόφωνο, τηλεόραση) σε πανελλαδική «εκστρατεία». Δράσεις προβολής και επικοινωνίας μεταξύ επενδυτών/χρηματοδοτών και επιχειρήσεων ψηφιακού περιεχομένου Δράσεις προβολής και επικοινωνίας μεταξύ διεθνών δικτύων διανομής και επιχειρήσεων ψηφιακού περιεχομένου

Επιπροσθέτως, η ΟΕ B4 συνέταξε ένα ευρύτερο πλαίσιο στόχων για τη διαμόρφωση στρατηγικής στον τομέα της ανάπτυξης τόσο του ηλεκτρονικού περιεχομένου όσο και του ηλεκτρονικού επιχειρείν στη χώρα, που οροθετείται από τις ακόλουθες προτάσεις προς την Πολιτεία:

- 1) Ελαχιστοποίηση της θέσπισης νέων νομοθετικών πλαισίων (δηλαδή της εισαγωγής πρόσθετων εν δυνάμει περιορισμών) στο βαθμό που δεν είναι απολύτως απαραίτητα. Προσέγγιση του ηλεκτρονικού επιχειρείν με τρόπο «ισότιμο» με αυτόν του συμβατικού επιχειρείν. Διευκρίνιση των ασαφειών του νομοθετικού πλαισίου.
- 2) Συστηματική συνεργασία των φορέων του δημοσίου με φορείς του ιδιωτικού τομέα, ενώσεις καταναλωτών, κοινωφελείς οργανισμούς και επαγγελματικές ενώσεις για την υιοθέτηση κοινών πρακτικών και στρατηγικών στην «ανάδειξη» ψηφιακού περιεχομένου. Συστηματική συνεργασία με διεθνείς φορείς για τον προσδιορισμό και την υιοθέτηση

κοινού πλαισίου εφαρμογής και ανάπτυξης του ψηφιακού περιεχομένου και του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

- 3) Προσδιορισμός ψηφιακού περιεχομένου του Δημοσίου που, σε συνεργασία με επιχειρήσεις, μπορεί να προσφέρεται, ως προϊόν ή υπηρεσία, από το Διαδίκτυο και υλοποίηση της άμεσης παροχής του σε πολίτες και επιχειρήσεις. Εκπαίδευση και επιμόρφωση των δημοσίων υπαλλήλων, που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις και με τους πολίτες, σε θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου και Διαδικτύου.
- 4) Ενδυνάμωση μηχανισμών συνεργασίας φορέων (όπως, π.χ., η σύσταση Digital Content Forum με συμμετοχή φορέων του ιδιωτικού και του δημοσίου τομέα), αυτο-ρύθμισης (όπως, π.χ., η ενίσχυση της ανάπτυξης και εφαρμογής κωδίκων δεοντολογίας) και αδιάλειπτη εφαρμογή των υπάρχοντων νόμων (όπως, π.χ., αυστηρή εκδίκαση υποθέσεων δόλου, παραπλανητικών διαφημίσεων κ.ά.). Ευαισθητοποίηση του συστήματος απονομής δικαιοσύνης σε θέματα προστασίας από απάτη.
- 5) Προώθηση πολιτικών που να ενισχύουν τον ανταγωνισμό με στόχο την μεγαλύτερη σε έκταση και ταχύτητα εξάπλωση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και των Διαδικτυακών υποδομών (μείωση κόστους τηλεπικοινωνιών και παροχή υψηλών ταχυτήτων διασύνδεσης) με στόχο τη χρήση τους τόσο από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις όσο και από τις οικογένειες (χρήση στο σπίτι).
- 6) Αυστηρή εφαρμογή του θεσμικού πλαισίου για την προστασία ειδικών κατηγοριών ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων πολιτών και ομάδων (ενδεικτικά αναφέρουμε τα ιατρικά δεδομένα, τα χρηματο-οικονομικά δεδομένα, την προστασία παιδιών)
- 7) Προώθηση και διάχυση των αποτελεσμάτων των επιμέρους δράσεων και του e-Business Forum γενικότερα στις χώρες της Ευρώπης και της Νοτιο-ανατολικής Ευρώπης για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην ευρύτερη περιοχή.

Οι προτεινόμενες ενέργειες και δράσεις κινούνται στο πνεύμα προτάσεων στρατηγικού σχεδιασμού που προωθούν ενεργές πολιτικές με στόχο να

- ενισχύσουν τον επιτελικό και ρυθμιστικό ρόλο του κράτους στον τομέα της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου (και του ψηφιακού περιεχομένου ειδικότερα),
- υποστηρίξουν τους εκπροσώπους τόσο του δημόσιου τομέα όσο και του επιχειρηματικού κόσμου για συμμετοχή τους, ώστε να αναλάβουν βασικό ρόλο στη συστηματική παρακολούθηση των εξελίξεων, στη καταγραφή και υπερπήδηση των εμποδίων, στην υιοθέτηση των best practices, και στη διαβούλευση με τους άλλους φορείς,
- ενισχύσουν τις πρωτοβουλίες των κοινωνικών εταίρων– τις επιχειρήσεις, τους πολίτες, τις εργοδοτικές και επαγγελματικές ενώσεις, και την ακαδημαϊκή και ερευνητική κοινότητα - και να τους θέσουν προ των προκλήσεων που εγείρονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο – για την καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης, προστασία της ιδιωτικότητας, ασφάλεια, εφαρμογή κανόνων δεοντολογίας κλπ.

5. ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΗΣ (ΤΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΟΕ Β4)

Αντικείμενο των προτάσεων – Θέματα γενικότερης στρατηγικής

Οι προτάσεις της ΟΕ Β4 έχουν ως στόχο την υποστήριξη της παραγωγής, της χρήσης και της εμπορικής και επιχειρηματικής αξιοποίησης του ελληνικού ψηφιακού περιεχομένου, στο πλαίσιο της προώθησης του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business) στο ελληνικό περιβάλλον, στα Ευρωπαϊκά (συμπεριλαμβανομένων των χωρών της Νοτιο-Ανατολικής Ευρώπης) και στα παγκόσμια δίκτυα. Η επίτευξη του στόχου θα υποστηριχθεί, στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος για την Κοινωνία της Πληροφορίας του ΥΠΑΝ (Παρέμβαση 3: Προώθηση Δράσεων για τη Ψηφιακή Οικονομία, Σχέδιο Δράσης: Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη Περιεχομένου), με δράσεις για την ανάπτυξη υγιούς και ανταγωνιστικής ελληνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας στο χώρο του ψηφιακού περιεχομένου, κατάλληλης για την αξιοποίηση των ευκαιριών που δημιουργούν οι νέες τεχνολογίες.

Οι προτάσεις ακολουθούν σε μεγάλο βαθμό τις κατευθύνσεις του Ευρωπαϊκού Προγράμματος eContent, που αποτελεί τμήμα του σχεδίου δράσης eEurope, λαμβάνοντας όμως υπ' όψη τα χαρακτηριστικά του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος που αναδείχθηκαν στο πλαίσιο των εργασιών της Ομάδας (περιλαμβάνονται στο Παραδοτέο).

Κατευθύνσεις που προτείνονται - Εστίαση των δραστηριοτήτων

Οι εργασίες της Ομάδας εστίασαν στην ανάγκη των επιχειρήσεων και των αγορών γενικότερα να έχουν πρόσβαση σε και να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό περιεχόμενο υψηλής ποιότητας, προσαρμοσμένο στις απαιτήσεις/ανάγκες τους. Η ικανοποίηση της ανάγκης αυτής

- α) προϋποθέτει προσπάθεια μεγάλης κλίμακας,
- β) απαιτεί από τις ελληνικές επιχειρήσεις περιεχομένου να ανταγωνίζονται τόσο σε ελληνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο,
- γ) τονώνει την οικονομική ανάπτυξη και
- δ) συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας,

διασφαλίζοντας παράλληλα την ισόρροπη κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των πολιτών της χώρας.

Προτείνονται οι ακόλουθες τρεις γραμμές δράσης για την εστίαση των ενεργειών:

- ✓ βελτίωση της πρόσβασης και επέκταση της χρήσης όσον αφορά το περιεχόμενο του δημόσιου τομέα καθώς και του ιδιωτικού τομέα,
- ✓ ενίσχυση της παραγωγής περιεχομένου σε πολύγλωσσο περιβάλλον,
- ✓ ανάπτυξη της αγοράς (market) ψηφιακού περιεχομένου.

Οι δράσεις αυτές θα υποστηριχθούν από στοχοθετημένες ενέργειες (έργα) και συνοδευτικά μέτρα, όπως στους τομείς της προώθησης του ψηφιακού περιεχομένου στις διεθνείς αγορές, της ενημέρωσης για τις εξελίξεις στις αγορές, της αντιμετώπισης των προβλημάτων των σχετικών με τα πνευματικά δικαιώματα και τα δικαιώματα χρήσης, της υιοθέτησης κοινών προτύπων και της αντιμετώπισης των δυσχερειών πρόσβασης σε εμπορικά αξιοποιήσιμο δημόσιο περιεχόμενο.

Οι προτάσεις είναι προσανατολισμένες στην ενδυνάμωση της αγοράς (προσφοράς αλλά και ζήτησης), στοχεύοντας στην υποστήριξη της πρόσβασης καθώς και στην ανάπτυξη και χρήση προϊόντων και υπηρεσιών ηλεκτρονικού περιεχομένου υψηλής ποιότητας.

Ο δυναμικός χαρακτήρας της αγοράς ηλεκτρονικού περιεχομένου και το ταχύτατα εξελισσόμενο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο συνεπάγονται την εστίαση σε έργα τα οποία έχουν σχετικά σύντομο κύκλο δημιουργίας αγοράς (που στις περισσότερες περιπτώσεις δεν θα υπερβαίνει τους 36 μήνες), αναπτύσσοντας λύσεις βασισμένες στη διαθέσιμη τεχνολογία και αποσκοπώντας στην υιοθέτηση και υλοποίηση νέων επιχειρηματικών μοντέλων.

Τα ερευνητικά έργα και τα έργα με αναμενόμενο χρόνο δημιουργίας αγοράς που υπερβαίνει τα τρία έτη δεν εμπίπτουν στο προτεινόμενο πρόγραμμα υλοποίησης.

Όλες οι δράσεις, οι οποίες αναλαμβάνονται στο πλαίσιο αυτού του προγράμματος, θα συμμορφώνονται με τις αρχές που διατυπώνονται στην οδηγία 95/46/ΕΕ σχετικά με την προστασία των ατόμων όσον αφορά την επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων. Το πλαίσιο των αρχών αυτών στο ελληνικό περιβάλλον συγκροτείται από τον Ν. 2472/97 (για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα) και τον Ν. 2774/99 (για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τηλεπικοινωνιακό τομέα).

Επιπλέον, οι δράσεις θα συμμορφώνονται με την Κοινοτική Οδηγία για τη σχέση ιδιωτικού-δημοσίου τομέα (που βρίσκεται σήμερα στο νομο-προπαρασκευαστικό στάδιο).

Στρατηγική υλοποίησης

Τα έργα προτείνεται να διακρίνονται σε *έργα επίδειξης (demonstration projects)*, *έργα φάσης προσδιορισμού (definition phase projects)*, και *οριζόντιες δράσεις* που περιλαμβάνουν *συνοδευτικά μέτρα (accompanying measures)*, *χορηγήσεις* και *συμβάσεις μελετών και υπηρεσιών*. Τα *έργα επίδειξης* θα υποβάλλονται στις προσκλήσεις για υποβολή προτάσεων με σταθερές προθεσμίες (call for proposals). Οι προτάσεις για τα *έργα φάσης προσδιορισμού* προτείνεται να υποβάλλονται με συνεχή τρόπο (σχέδιο συνεχούς υποβολής προτάσεων). Η κατηγορία αυτή προσφέρει μια ευκολότερη διαδρομή για τους νεοεισερχόμενους, και ιδιαίτερα τις καινοτόμες ΜΜΕ και νεοσύστατες επιχειρήσεις, που χρειάζεται να προσδιορίσουν ένα βιώσιμο μοντέλο ψηφιακής επιχειρηματικότητας και να βρουν κατάλληλους εταίρους και επενδυτές. Τα *έργα φάσης προσδιορισμού*, με την επιτυχή ολοκλήρωσή τους, θα μπορούν να υποβάλλονται ως προτάσεις στις σταθερές προθεσμίες των προσκλήσεων για *έργα επίδειξης*.

Τα *έργα επίδειξης* θα χρησιμοποιούν υπάρχουσες έγκυρες τεχνολογίες και θα είναι προσανατολισμένα προς την επαγγελματική και κοινωνικοοικονομική - σε αντίθεση με την καθαρά τεχνολογική - καινοτομία. Λαμβάνοντας υπ' όψη τον δυναμικό χαρακτήρα της αγοράς ηλεκτρονικού περιεχομένου, η διάρκεια των *έργων επίδειξης* δεν θα υπερβαίνει τους 30 μήνες. Για τα έργα αυτά προτείνεται η διαδικασία της ανοικτής προκήρυξης για την υποβολή προτάσεων (call for proposals).

Δεδομένου ότι στόχος των *έργων επίδειξης* είναι να δώσουν τη δυνατότητα απόκρισης στις νέες απαιτήσεις με καινοτόμες ιδέες, προτείνεται να μην επιβληθεί περιορισμός όσον αφορά τις ομάδες - στόχους χρηστών, τους τομείς της αγοράς και τις υποκείμενες τεχνολογίες³. Όμως, για

³ Για την αποτελεσματικότερη εστίαση των δραστηριοτήτων, προτείνονται κύριες θεματικές περιοχές όπως:

- νομικά/διοικητικά/θεσμικά δεδομένα,
- χρηματοοικονομικά και οικονομικά δεδομένα,
- υλικό σχετικό με την ενημέρωση και την ψυχαγωγία,
- γεωγραφικά δεδομένα (συμπεριλαμβανομένων περιβαλλοντικών δεδομένων, μετεωρολογικών και ωκεανογραφικών δεδομένων, δεδομένων γης και ιδιοκτησίας),
- πληροφορίες για την κυκλοφορία και τον τουρισμό,
- Εκπαίδευση και κατάρτιση, υπηρεσίες σε τοπικό επίπεδο,

να μην υπάρξει επικάλυψη, προτείνεται η εξαίρεση των προτάσεων για υλοποίηση έργων επίδειξης που εστιάζουν στις ομάδες - στόχους χρηστών, τομέων της αγοράς και υποκείμενων τεχνολογιών που θα υποστηριχθούν από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα της Κοινωνίας της Πληροφορίας των υπολοίπων υπουργείων καθώς επίσης και η εξαίρεση έργων που ήδη υλοποιούνται με την οικονομική υποστήριξη του Ευρωπαϊκού Προγράμματος eContent.

Για τα *έργα φάσης προσδιορισμού* προτείνεται η υποβολή προτάσεων σε συνεχή χρόνο. Τα έργα αυτά είναι μικρότερης κλίμακας και η διαδικασία συνεχούς υποβολής θα βοηθήσει στην ωρίμανση νέων ιδεών, θα επιτρέψει τη διεξαγωγή ομαλών εργασιών σκοπιμότητας και σχεδιασμού και θα αποτελέσει το πλαίσιο για πρώιμο πειραματισμό και αξιολόγηση. Το σχέδιο συνεχούς υποβολής, κατά το οποίο οι προτάσεις έργων θα μπορούν να υποβληθούν οποιαδήποτε χρονική στιγμή κατά την περίοδο ισχύος του προγράμματος, προτείνεται να ξεκινήσει ταυτόχρονα με την πρώτη πρόσκληση με σταθερές προθεσμίες. Οι προτάσεις προτείνεται να αξιολογούνται σε τρίμηνη βάση.

Δεδομένου ότι στόχος των *έργων φάσης προσδιορισμού* είναι να δώσει τη δυνατότητα απόκρισης στις νέες απαιτήσεις με καινοτόμες ιδέες, δεν πρόκειται να επιβληθεί κανένας περιορισμός όσον αφορά τις ομάδες - στόχους χρηστών, τους τομείς της αγοράς και τις υποκείμενες τεχνολογίες. Όμως, όπως και στην περίπτωση των έργων επίδειξης, για να μην υπάρξει επικάλυψη, προτείνεται η εξαίρεση των προτάσεων που εστιάζουν στις ομάδες - στόχους χρηστών, τομέων της αγοράς και υποκείμενων τεχνολογιών που θα υποστηριχθούν από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα της Κοινωνίας της Πληροφορίας των υπολοίπων υπουργείων καθώς επίσης και η εξαίρεση έργων που ήδη υλοποιούνται με την οικονομική υποστήριξη του Ευρωπαϊκού Προγράμματος eContent.

Το τελικό παραδοτέο των επιλεγθεισών προτάσεων των *έργων φάσης προσδιορισμού* θα συνίσταται στην επίδειξη της βασικής ιδέας (concept demonstration) και στην παράδοση επιχειρηματικού σχεδίου (business plan).

-
- δεδομένα σχετικά με την υγεία, την ασφάλεια και την προστασία των καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένων υπερεθνικών υπηρεσιών εκτάκτου ανάγκης,
 - επιστημονικές και τεχνικές πληροφορίες, πρότυπα,
 - τέχνες, πολιτιστικό περιεχόμενο,
 - αρχεία.

Η επιλογή των υποβληθέντων προτάσεων των *έργων επίδειξης*, θα πραγματοποιηθεί με βάση *πλήρες επιχειρηματικό σχέδιο* που αφορά στη δραστηριοποίησή τους σχετικά με την ανάπτυξη του ψηφιακού περιεχομένου, το οποίο θα πρέπει να συντάξουν και να υποβάλλουν οι υποψήφιοι. Τα κριτήρια, με βάση τα οποία θα αξιολογηθούν τα επιχειρηματικά σχέδια, θα πρέπει να περιλαμβάνουν, ενδεικτικά, τα ακόλουθα:

- το είδος του ψηφιακού περιεχομένου
- την τεκμηρίωση της προστιθέμενης αξίας
- παρουσίαση των τρόπων εκμετάλλευσης του ψηφιακού περιεχομένου και τεκμηρίωση των ωφελειών για το ευρύ κοινό (επιχειρήσεις, φορείς ιδιωτικού ή και δημόσιου τομέα, πολίτες κλπ.)
- τεκμηρίωση της βιωσιμότητας του εγχειρήματος.

Οι επιλέξιμες για χρηματοδότηση δαπάνες για τα *έργα επίδειξης* προτείνεται να περιλαμβάνουν:

- δαπάνες ανάπτυξης ψηφιακού περιεχομένου και marketing/προώθησης, αμοιβές προσωπικού, δαπάνες υπερβολάβων
- δαπάνες εξοπλισμού (hardware, software, δικτυακή υποδομή)
- δαπάνες υπηρεσιών υποστήριξης (οικονομικοί, νομικοί σύμβουλοι)
- δαπάνες απόκτησης δικαιωμάτων χρήσης και δαπάνες αγοράς δικαιωμάτων για ελληνοποίηση ξένων τίτλων.

Ενώ τα *έργα επίδειξης* και *φάσης προσδιορισμού* τείνουν να εστιάζουν σε συγκεκριμένες εφαρμογές, οι *οριζόντιες δράσεις* εστιάζουν στην ευρύτερη διατομή της αγοράς του ψηφιακού περιεχομένου, της οικονομίας και της κοινωνίας γενικότερα. Οι *οριζόντιες δράσεις* εστιάζουν συνήθως σε δραστηριότητες ενημέρωσης και διάδοσης, στον συντονισμό ενεργειών, σε δραστηριότητες για την προώθηση του ψηφιακού περιεχομένου στις διεθνείς αγορές, στην ανταλλαγή/ενημέρωση των καλύτερων πρακτικών (good practice), στην παρακολούθηση των διεθνών εξελίξεων (παρατηρητήριο), στην λειτουργία διαδικτυακών κόμβων (websites), κ.λπ.

Προτείνεται η διάθεση έως και 85% του διαθέσιμου προϋπολογισμού για τα *έργα* (έως και 65% του διαθέσιμου προϋπολογισμού για τα *έργα επίδειξης*, 20% του διαθέσιμου προϋπολογισμού για τα *έργα φάσης προσδιορισμού*), ενώ το υπόλοιπο (15%) θα αναλωθεί για τις *οριζόντιες*

δράσεις. Η μέση αξία των *έργων επίδειξης* εκτιμάται στο ποσό του ενός (1) εκατομμυρίου ευρώ, ενώ η μέση αξία των *έργων φάσης προσδιορισμού* εκτιμάται στο ποσό του ενός 60 χιλ. ευρώ. Η συμβολή του ΥΠΑΝ εκτιμάται πως πρέπει να αντιπροσωπεύει έως και το 50% αυτών των ποσών.

Με τον τρόπο αυτό αναμένεται η ενίσχυση της ψηφιακής επιχειρηματικότητας α) ~100 προτάσεων με υποβολή προτάσεων *έργων φάσης προσδιορισμού* [έως ~60.000 ευρώ μέσο συνολικό προϋπολογισμό ανά πρόταση], και β) >~20 συμπράξεων εταιριών/οργανισμών με σκοπό την ανάπτυξη και παροχή ισάριθμων ψηφιακών υπηρεσιών/προϊόντων [έως <~1.000.000 ευρώ μέσο συνολικό προϋπολογισμό ανά πρόταση].

Στον πίνακα που ακολουθεί συνοψίζονται τα κύρια χαρακτηριστικά των διαφόρων τύπων έργων που προτείνεται να υλοποιηθούν.

	Τύπος δράσης	Τρόπος υποβολής προτάσεων	Ενδεικτ. διάρκεια	Ενδεικτ. αριθμός εταιρών	Ενδεικτική συμβολή ΥΠΑΝ
Έργα επιμερισμένου κόστους					
	Έργα επίδειξης	Με σταθερές προθεσμίες	Έως και 24 μήνες	2-4	Έως και 500 χιλ. ευρώ (50% χρηματοδοτούμενο)
	Έργα φάσης προσδιορισμού	Συνεχούς υποβολής	Έως και 9 μήνες	1-3	Έως και 30 χιλ. ευρώ (50% χρηματοδοτούμενο)
Οριζόντιες δράσεις					
	Digital Content Forum, παρατηρητήριο αγοράς και εξελίξεων, marketing και προβολή στις διεθνείς αγορές, , οδηγοί και πρότυπα , good practice, διαχείριση IPR, κ.λπ.	Συνεχούς υποβολής	Έως και 36 μήνες	1-4	Έως και 1 εκατ. ευρώ έως και 100% χρηματοδοτούμενο
Χορηγήσεις					
	Συνέδρια , εκθέσεις κ.λπ.	Συνεχούς υποβολής	Έως και 6 μήνες	1	Έως και 100 χιλ. ευρώ έως και 30% της συνολικής δαπάνης
Συμβάσεις μελετών και υπηρεσιών		Πρόσκληση για υποβολή προσφορών			
	Μελέτες , έρευνες , συντονισμός έργων, κ.λπ.		Έως και 24 μήνες	1-2	100% χρηματοδοτούμενο
	Ενημέρωση, διάδοση σε επίπεδο προγράμματος		Έως και 36 μήνες	1-2	100% χρηματοδοτούμενο

Προτεινόμενες Δευτερεύουσες Γραμμές Δράσης

Γραμμή Δράσης	Δευτερεύουσα Γραμμή Δράσης
ΓΔ1. Βελτίωση της πρόσβασης και επέκταση της χρήσης όσον αφορά το περιεχόμενο του δημόσιου τομέα καθώς και του ιδιωτικού τομέα	ΓΔ1.1 Υλοποίηση έργων που αναδεικνύουν (και επιδεικνύουν) τη χρήση του περιεχομένου του δημόσιου ή του ιδιωτικού τομέα για την ανάπτυξη ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών.
ΓΔ2. Ενίσχυση της παραγωγής περιεχομένου σε πολύγλωσσο περιβάλλον	ΓΔ2.1 Υλοποίηση έργων που καλλιεργούν νέες συνεργασίες, προωθούν το ηλεκτρονικό επιχειρείν και υιοθετούν στρατηγικές σε πολύγλωσσο περιβάλλον
ΓΔ3. Ανάπτυξη της αγοράς (market) ψηφιακού περιεχομένου	<p>ΓΔ3.1 Βελτίωση της σχέσης επιχειρήσεων ψηφιακού περιεχομένου και δημόσιων οργανισμών – κατόχων περιεχομένου</p> <p>ΓΔ3.2 Βελτίωση των διαδικασιών διαχείρισης δικαιωμάτων (pricing, IPR management, rights trading), ενθάρρυνση της χρήσης προτύπων</p> <p>ΓΔ 3.3 Συντονισμός ενεργειών Digital Content Forum Παρατηρητήριο ψηφιακού περιεχομένου Digital Content Registration Office Στρατηγικές μελέτες</p> <p>ΓΔ 3.4 Διάδοση αποτελεσμάτων</p>